

Chimnia.

DES
IGN

VERTENTES
DO DESIGN

Revista experimental do curso de
Tecnologia em Design Gráfico
Edição #4



UNIFEBE

SUMÁRIO



Quem nunca julgou
um disco pela capa? 4

Cinema 8

Design de superfície
e Rapport 12

Design funcional 16

UX e UI Design 20

Quanto custa a sua emoção 24

Prata da casa: ilustradores 28

O cotidiano de um designer 32

Cooperativismo econômico 36

Fotografando *cosplay* 40

Fotografia: um estilo de vida 44

3D Modeler 48

OS AUTORES

Barbara Cristina Imhof
Bruno Santos Ramalho
Camila Barcelos Pereira
Cintia Aline Siqueira
Cláudia Larissa Schmitt
Diego Sedrez Ramos
Driely Ariadne Zimmermann
Ezequiel Luiz Nicolodi
Gabriela da Silva
Geziel Claudino da Silva
Jessica de Abreu
José Augusto da Silva
José Henrique Fischer
Leticia Bertuzzi
Lídia Monique Brentano
Lucaian Assi
Lucas Schaefer
Lucas Vicentini
Manuela Corrêa
Mariana Ruberti Sartori
Rafael A. Romão da Silva
Vivian Liz Vechi Girardi
Ynaiê Fagundes Minela

O PROJETO

Fotografia, produção e edição de imagem da capa e contracapa:

Lídia Brentano, Lucaian Assi e Rafael Romão


Edição, revisão e arte-final:

Prof^a Melissa Haag Rodrigues

Versão impressa:

Gráfica Tipotil | 500 exemplares

Versão digital:

 issuu.com/revistachimia

Fechamento:

Dezembro/2016

A revista Chimia é uma publicação anual da 4ª fase do curso de Tecnologia em Design Gráfico do Centro Universitário de Brusque - UNIFEBE, realizada na disciplina de Design Editorial. É o resultado de uma experiência colaborativa, elaborada para ser uma publicação direcionada a estudantes e profissionais ligados ao design, comunicação, artes e arquitetura de Brusque e região.



A quarta edição da revista Chimia explora várias vertentes do design, como já antecipa a chamada na capa. Vertente, conforme o dicionário nos explica, pode ser o aspecto de qualquer coisa que apresenta duas faces opostas ou simplesmente diferentes. E foi deste jeito que os alunos enxergaram o design, uma atividade em que se necessita estar atento a todas as faces e aspectos do projeto. Considerar e ponderar questões que podem enriquecer e diferenciar o trabalho de cada dia. Esperamos mais uma vez que gostem do resultado!

Melissa Haag Rodrigues
Professora da disciplina Design Editorial

O CURSO

 facebook.com/designunifebe

APOIO



UNIFEBE





Imagem: Divulgação

Quem nunca julgou um disco pela capa?

Texto Lucas Vicentini e Manuela Corrêa

Diagramação Lucas Vicentini

Nos anos cinquenta, com a popularização da televisão na vida cotidiana das pessoas, muitos começaram a se preocupar mais com sua própria imagem, e o impacto desta na sociedade. Com a indústria fonográfica não foi diferente e os artistas pararam de pensar exclusivamente no conteúdo musical e passaram também a se preocupar mais com qual imagem gostariam de passar ao público.

Um dos primeiros a se preocupar com a imagem que gostaria de transmitir e de como apresentaria seus discos ao público foi Elvis Presley. O acervo do artista tem capas de discos que viraram parte da cultura pop e são lembradas até hoje, como *How Great Thou Art*. A partir de então, apenas uma foto na capa de um LP já não bastava para encantar o público como antes, o que levou a ascensão de capas icônicas, que até hoje são referência para todos que trabalham com o visual.

Confira na próxima página algumas das capas mais marcantes da história e o que você provavelmente não sabia sobre elas.



David Bowie *Aladdin Sane*



Imagem: Divulgação

A capa do álbum, que é aclamada por seu visual, foi projetada em uma tarde qualquer de domingo. Brian Duffy e o camaleão do rock queriam retratar o alter ego Aladdin Sane, de uma forma simples, mas impactante. Na foto, a única exigência de Bowie era a presença de um raio e que seus olhos estivessem fechados. A partir desta foto, o raio de Bowie se tornou um dos maiores ícones da indústria musical.

Joy Division *Unknown Pleasures*

Quando fala-se no gênero alternativo, Joy Division é sempre referência, e a primeira imagem da banda que vem à cabeça é sempre a do disco *Unknown Pleasures*. A capa, feita por Peter Saville, remete a topos de montanhas, mas na verdade é uma visualização monocromática de ondas eletromagnéticas emitidas por uma Supernova.

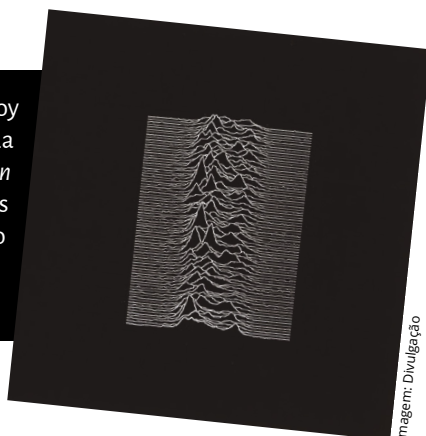


Imagem: Divulgação

The Strokes *Is This It*

O disco de estreia da banda The Strokes surgiu em 2001 para mudar o cenário musical e ser aclamado como o melhor disco da década por grande parte das revistas conceituadas. A capa, fotografada por Collin Lane, era minimalista e ousada demais, representando apenas um quadril nu, munido de luvas pretas num fundo branco. Tamanha "indecência" foi censurada em vários países do mundo, incluindo Brasil e Estados Unidos, onde a capa da cópia física foi substituída pela representação da colisão de partículas subatômicas, desenvolvida pelo vocalista da banda, Julian Casablancas. Mas o disco até hoje é lembrado pela capa original, que revolucionou o cenário *underground*.

THE STROKES IS THIS IT



Imagem: Divulgação

Lady Gaga

Artpop

Em 2013 Lady Gaga lançou mais uma nova “viagem” na música, dessa vez explorando os caminhos da arte. Na capa projetada pelo designer e artista plástico Jeff Koons, aparecem várias figuras artísticas icônicas. Nota-se *O Nascimento de Vênus*, de Sandro Botticelli (1486) fragmentado no fundo em referência a outra obra, essa do artista Andy Warhol, *Marilyn Diptych* (1962), que retrata a figura de Marilyn Monroe repetidamente. Já a pose da cantora é uma alusão a *I've Got it All* (2000), uma fotografia da artista Tracey Emin, onde uma mulher aparece sentada, nua e coberta com uma enorme quantia de dinheiro, que na capa do disco foi substituído pela *Cazing Ball* (2013), uma esfera azul do próprio Jeff Koons, o autor da capa.



Imagem: Divulgação

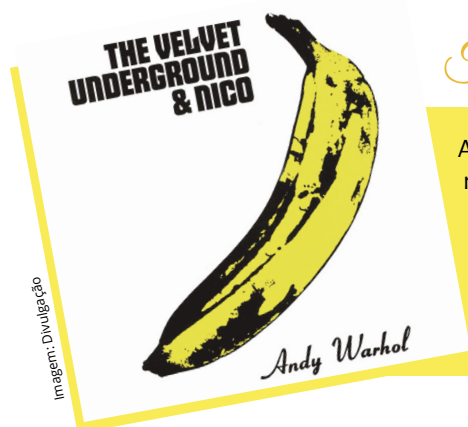


Imagem: Divulgação

The Velvet Underground

The Velvet Underground & Nico

A capa, feita pelo artista pop Andy Warhol, é extremamente simples, retrata apenas uma banana, criada com silkscreen e um simples filme preto e branco feito de acetato. Apesar da simplicidade era ousada, pois a referência ao pênis era clara e Warhol em todas as entrevistas fazia questão de afirmar a analogia.

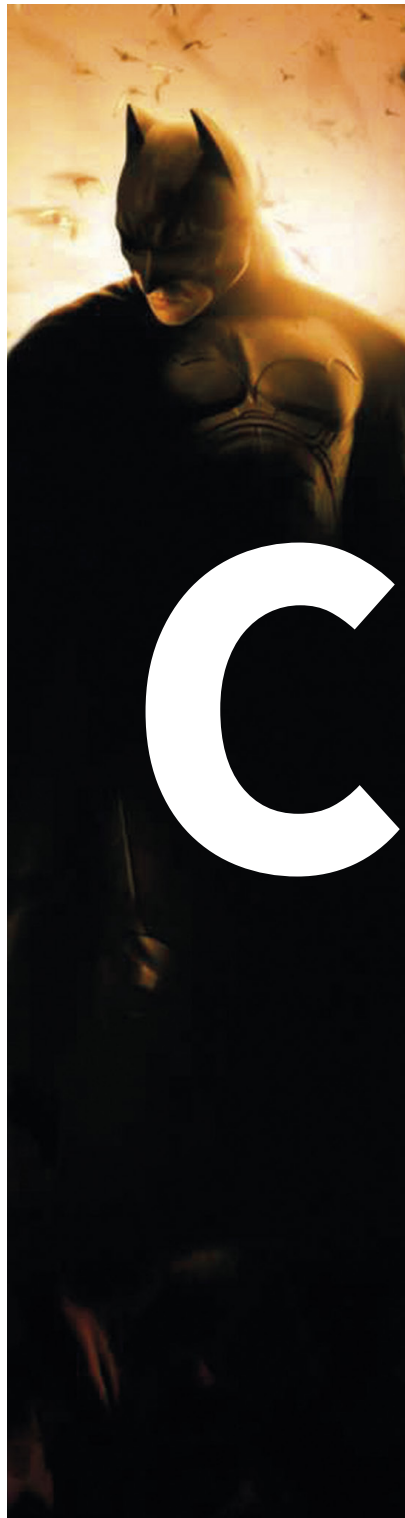
Pink Floyd

The Darkside of the Moon

Projetada por Storm Thorgerson e pela própria banda, a capa de um dos discos mais icônicos da história caminha pelo lado científico e também pelo lado conceitual, tendo a tarefa de dar a primeira impressão ao que viria ser o maior sucesso comercial da banda. Apegando-se ao lado científico foi representado um feixe de luz transpassando um prisma e se decompondo em um espectro de cores. Apesar de todo o tom técnico da capa, há uma metáfora por trás disso: uma relação do lado escuro da lua, o desconhecido, com o mais profundo do ser humano, o que todos tentam esconder.



Imagem: Divulgação





EMA

Texto Lucaian Assi e Rafael Romão

Diagramação Rafael Romão

O início e as consequências da crise criativa que o cinema moderno vive, e como isso afeta a equipe de designers por trás dos cartazes cinematográficos.

Vivemos em uma das maiores eras do cinema moderno, na qual filmes são produzidos em grande escala e em um curto período de produção. Com este alto volume é até natural que existam semelhanças estéticas, que são principalmente um reflexo do gênero do produto em si, bem como um reflexo social da época em que são produzidos.

Como sabemos, a indústria cinematográfica concebe um produto, que geralmente tem a necessidade de obter sucesso comercial, almejando também maior destaque e espaço na cultura e no mercado, obviamente através de premiações.

É inegável a necessidade de pensar nos meios de comunicação que a indústria considera como ferramentas para alcançar o seu público principalmente agora, na era digital. A seguir falaremos sobre curiosidades e o processo de produção dos cartazes cinematográficos.

O processo atual do desenvolvimento de um cartaz se beneficia de uma fórmula aclamada e, ao mesmo tempo, questionada. Apreciadores do produto cartaz se questionam sobre a fórmula padrão que a indústria utiliza e as semelhanças entre os mesmos de acordo com o gênero do filme. Talvez tudo possa ser explicado porque a produção é feita por uma equipe de designers que, em geral, inicia o trabalho de produção ao menos um ano antes do lançamento do filme, quando ainda estão acontecendo as gravações, pois são coletadas aproximadamente 300 fotografias durante as filmagens.

Uma outra curiosidade é que a equipe de produção do cartaz deve estar totalmente ligada ao diretor e a equipe de produção do filme, para que não haja divergências estéticas entre o cartaz e o filme. Na primeira fase do processo são produzidos em média 60 cartazes para iniciar o processo de filtragem juntamente aos responsáveis e envolvidos no filme. De modo geral cartazes conceituais são gerados para concepção estética e por isso só servem para diálogo com a direção. Há filmes que fazem a seleção do cartaz rapidamente, levando em consideração o conforto e a familiaridade que terá com o público, ou seja, esses são os filmes com cartazes que se assemelham aos demais do mesmo gênero.

Pode-se dizer que, atualmente, o design desse ramo passa por uma certa “crise de criatividade”, por conta da segurança que um cartaz semelhante aos demais oferece. O formato





padrão se tornou uma realidade e as equipes de marketing passaram a investir forte na divulgação por meio digital, tornando o cartaz de cinema uma ferramenta menos explorada e de menor importância, mas com padrões específicos que limitam a criação e toda sua linguagem visual.

Entendendo toda essa realidade, vamos explorar especificamente algumas obras cinematográficas.

O filme **Limite** (1931, Mário Peixoto) mostra de maneira explícita a realidade vivida por pobres náufragos e ainda nos dias de hoje consegue manter um ar de frescor e atualidade em seu cartaz, chamando atenção ao diálogo direto entre o protagonista e o próprio título, desde a escolha tipográfica e sua localização com perspectiva, gerando a sensação de entrosamento e participação direta com o cenário. Ainda falando em tipografia, outro elemento relevante é a sua temática, algo que nos faz lembrar de outros clássicos como **The Godfather** (1972) que trabalha muito bem a linguagem visual entre título e a concepção por trás do filme, como na palavra *father* que está sendo manipulada como uma marionete. Muito distante disso também temos os simbólicos títulos que aderem a temática literalmente, como é o caso da saga **Harry Potter** trazendo explicitamente o símbolo do protagonista ao cartaz.

Matrix (1999) outro clássico, dirigido pelos irmãos Wachowski, traz uma estética única colocando a tipografia como um elemento tão participativo quanto os protagonistas do filme. É claro que os Wachowski tiveram uma inspiração para a criação da decodificação que o título transmite, como neste caso *Ghost in the shell* sai das sombras.

E, por fim, como não se lembrar das lindas pinturas que ilustram os cartazes mais antigos? Partimos do famoso cartaz de **Star Wars**, com sua organização de elementos que se tornou uma regra até hoje, ao irônico cartaz de **Os fantasmas se divertem** (1988) de Tim Burton.

É interessante observar todas as características que os cartazes carregam e que perduram como “regra” por tantos anos, e continuam incansavelmente sendo repetidas, mas modificadas tão sutilmente que não é espanto nenhum que a atual crise criativa vivida por toda a cadeia da indústria cinematográfica possa ainda perdurar por tantos anos.



Imagem: Divulgação

Design de superfície e Rapport

Texto e Diagramação:

Mariana Ruberti Sartori e Jessica de Abreu

O design de superfície sempre existiu, mas as pessoas às vezes não se dão conta. Todas as formas têm superfície e são passíveis de receber algum revestimento ou tratamento, como uma cor ou textura.

O design de superfície é uma atividade que cria e desenvolve projetos de constituição e revestimentos de várias superfícies como paredes, móveis, roupas, entre outros. Essa área pode apresentar soluções estéticas e funcionais adequadas a diferentes materiais e processos de fabricação, tanto artesanal como industrial.

O design de superfície é uma das áreas mais vastas do design, uma vez que pode ser aplicado sobre praticamente qualquer formato, de inúmeras maneiras. Nessa matéria vamos explicar a arte de criar estampas.

Primeiramente existem duas possibilidades para fazer sua estampa ficar maravilhosa: a estampa rapport e a estampa localizada, porém vamos focar na matéria sobre rapport. O rapport é a arte de repetição, com módulos de encaixes, que alcançam resultados muitas vezes surpreendentes. Vamos conhecer um pouco sobre módulos, e sobre como posicioná-los de maneiras diferentes para fazer o rapport.

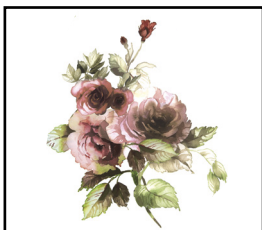
Módulos

O módulo é a menor área que possui elementos visuais, e que faz toda diferença no rapport. É ele que dá unidade à padronagem. A padronagem é formada a partir da composição e organização dos elementos (flores, folhas, brotos, ou qualquer outro desenho).

Para começar a montar um rapport, quanto mais módulos você tiver na sua tela, melhor conseguirá visualizar a sua padronagem.

Comece sempre pelo módulo central, para depois colocar os outros ao redor. Porém, além da repetição de seu módulo, o designer de superfície utiliza o grid. É o grid que traz uma estrutura, cria alternativas com mais facilidade para fazer o encaixe.

Existem várias maneiras de fazer uma padronagem e vamos conhecer alguns sistemas de repetição a seguir.



Exemplo de módulo.



Imagens: Divulgação

Módulo de repetição

Módulo de repetição de blocos, na qual você coloca os módulos um em cima do outro, formando triângulos um entre o outro, como pode-se ver na figura ao lado.

Módulo de Tijolos

Módulo de repetição onde você encaixa os módulos formando tijolos, com linhas alinhadas.

Módulo de Repetição Rotativa

Módulo com repetição rotativa, onde cada módulo é rotacionado em direções inversas.

Módulo de Repetição Espelhada

São módulos colocados espelhados no rapport. Assim sendo, os dois lados ficam semelhantes.

Rapport

Rapport pode ser traduzido em português como repetição. É um tipo de repetição de um módulo com encaixes perfeitos, projetado para alcançar um determinado resultado. Vamos conhecer alguns tipos de rapport e juntaremos eles com o conhecimento de repetição e distribuição dos módulos, como vimos na página anterior.

Rapport Padrão

Consiste no encaixe entre os módulos, que é a parte menor do padrão que possui todos seus componentes visuais, motivos, linhas, cores, texturas, espaços, e qualquer outro elemento. O padrão é o resultado da repetição ordenada do módulo.

Rapport Continuidade

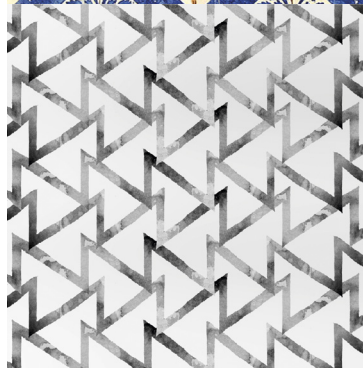
Com o padrão contínuo os módulos se entrelaçam, emendas desaparecem, e o desenho original fica escondido, assim não podemos mais identificar um começo ou fim, conhecido como padrão sem emendas.

Rapport Allover

No Allover os motivos se espalham rotacionados e repetidos e é difícil dizer se o padrão está de cabeça para baixo ou para cima.

Rapport Fechamento

O padrão com o fechamento é conhecido como clausura ou efeito de figura de fundo conforme as leis da Gestalt. Os módulos se encaixam de tal maneira, que o desenho inicial dá origem a novos desenhos.



Texto e Diagramação: Lídia Monique Brentano

Ultimamente com a urbanização e desenvolvimento da tecnologia em mobiles, a ocupação dos espaços é cada vez menor. Deste modo podemos visualizar a preocupação de designers e arquitetos no aproveitamento de espaços e na multifuncionalidade de produtos, para assim agradar aos consumidores.

Normalmente o design funcional vem desta urgência para um ambiente ou um projeto visual mais prático e fácil de se locomover, não deixando de lado a estética do mesmo.

funcional

design

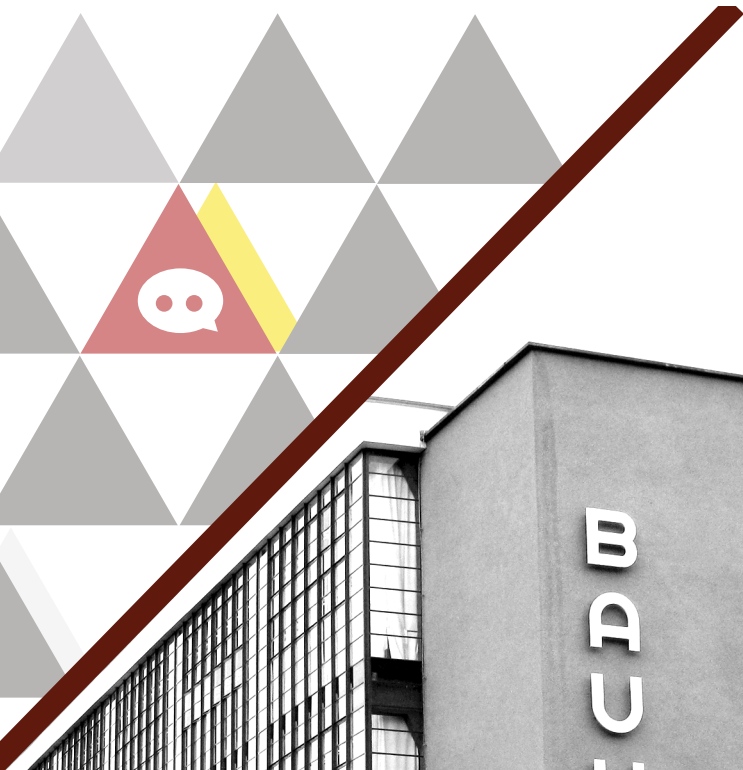


Imagem: Divulgação

Design

Atualmente conseguimos ter acesso a tanta informação e tecnologias que não dá nem para contar nos dedos. Mas nem sempre foi assim, e não faz tanto tempo. Para falar de design funcional temos que voltar apenas poucos anos para encontrar as suas raízes.

Os primeiros a estudarem profundamente a necessidade do design funcional foram os fundadores da Bauhaus, escola de design, artes visuais e arquitetura.

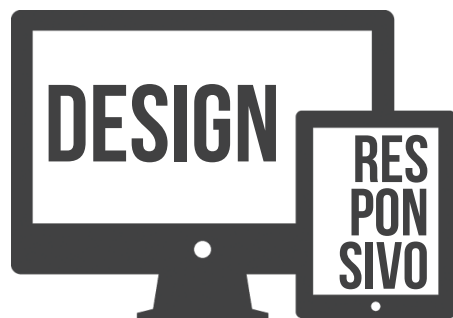
Devemos grande parte deste arsenal de ferramentas e conhecimentos à Escola Bauhaus, fundada por Walter Gropius no ano 1919, momento este em que havia poucos estudos aprofundados no quesito design. A escola fundamentou basicamente o que é ser funcional.

Gropius diz que para chegarmos à funcionalidade devemos adaptar a forma à função, ou seja, estudar primeiro o propósito do produto e a quem ele é destinado, assim como materiais e formas a serem utilizadas que melhor se adaptem aos mesmos, para apenas depois poder criá-lo.

É da mesma forma que o ensino na escola Bauhaus foi construído. Primeiramente um curso básico, para depois estudar materiais, espaço, cores, composição, para então estudar materiais separadamente e finalmente chegar ao design e construção de projetos.

Adaptando os conceitos formados naquela época para as necessidades contemporâneas, pode-se citar dois exemplos de design funcional que deram muito certo e viraram quase obrigação do designer desfrutar em seus projetos: estamos falando do design responsivo e do flat design.

funcional



O design responsivo surgiu em decorrência, é claro, de uma necessidade do consumidor. Com o desenvolvimento de aparelhos eletrônicos alternativos ao tradicional computador, os criadores e desenvolvedores de sites e materiais digitais foram obrigados a adaptar a forma de apresentar o material para que continuasse legível aos internautas, impedindo que o mesmo perdesse o interesse pelo conteúdo, por ser muito lento ou difícil de interagir.

E resgatando o conceito da Bauhaus de que a forma segue a função, os designers foram obrigados a adaptar a forma como apresentam as informações em seus layouts adaptando-se a cada plataforma digital.

Para verificar se um site é responsivo você pode aumentar e diminuir a janela do seu navegador no computador e ver se ele se adapta ao tamanho da tela imposta. Abaixo um exemplo do comportamento de um layout responsivo em diferentes plataformas.



Imagem: Divulgação

Bauhaus

FLAT DESIGN

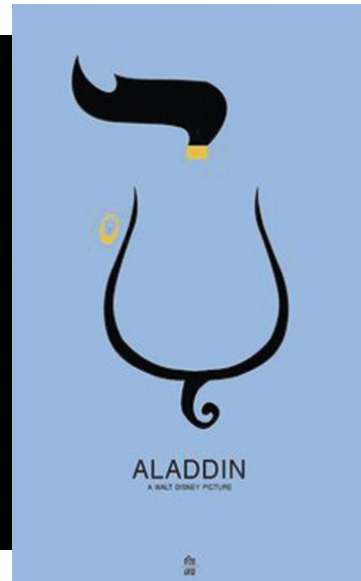


O Flat Design é um estilo consideravelmente novo, que está sendo muito requisitado pelo mercado pela sua facilidade e praticidade de acesso principalmente em mídias digitais.

Ultimamente com a rapidez da internet e suas tecnologias, os usuários não prestam atenção em pequenos detalhes de ícones ou de qualquer outra informação. A favor disto o flat design propõe um layout mais chapado em suas formas, limpo e direto, facilitando a compreensão do usuário na mensagem que se deseja passar.

Aliado ao minimalismo, o flat design limita-se a informar apenas o necessário ao seu consumidor, comportando-se assim tanto na disposição das informações quanto no uso de cores, formas e tipografias. Este é um aspecto positivo que pode vir a facilitar a vida de pessoas que tem, por exemplo, problema de visão, como os idosos.

Conheça abaixo alguns trabalhos desenvolvidos no estilo minimalista.



O minimalismo consegue transmitir a mensagem ao espectador com o mínimo de informação possível.

UX



Imagem: Livraria Cultura, SP - foto de viajante tirada por Jean L. e enviada para o site Tripadvisor.

UX Design

User Experience Design

Texto e Diagramação: José Augusto da Silva

*Afinal o que é UX Design?
Uma profissão?
Um talento?
Muitas coisas passaram
pela minha cabeça
quando não conhecia
o termo. Pensava ser
alguma especialização
ou técnica muito
complicada, porém não
há tanto mistério.*

UX Design ou *User Experience Design* é uma área da comunicação que lida com todos os pormenores da interação do usuário com a empresa, marca, serviço ou produto. É um termo muito utilizado na área digital, entre *web designers*, mas pode ser utilizado em qualquer área. É muito importante utilizar o UX Design, pois com ele conseguimos entender o porquê de o usuário gostar, ou não, do serviço ou produto fornecido.

Várias empresas pelo Brasil já aplicam esta técnica e não é necessário conhecer a sigla UX para que ela seja entendida, a livraria Cultura, em São Paulo, é um exemplo disto. Preocupados com seus clientes a livraria disponibilizou um amplo local na loja para a leitura de seus livros, não necessariamente já adquiridos. *“A maior livraria Cultura que já fui! Tem um café maravilhoso dentro e tem muito espaço pra sentar pelo chão e ler uma passagem do livro. Tive uma experiência maravilhosa!”* diz Polianna Cunha, membro do site Tripadvisor. Este é um exemplo muito claro de UX, pois a empresa não somente vendeu o seu produto, mas também disponibilizou um espaço para a utilização do mesmo, tornando o ambiente agradável e prazeroso para os clientes. *“Pode-se ficar horas na Livraria Cultura sem perceber o tempo passar. O local é extremamente agradável, proporciona distração para toda a família...”* diz Denise, outro membro do site Tripadvisor.

NETFLIX

U

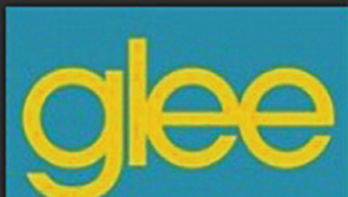
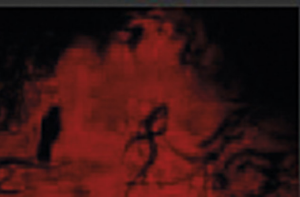
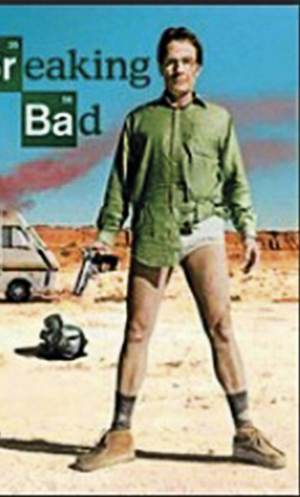


Imagem: interface Netflix, imagem retirada da internet.

UI Design

User Interface Design

Texto: Diego Sedrez

Diagramação: José Augusto da Silva

Existe também o UI Design e cuide para não confundir com o UX Design. Mas afinal, o que é UI Design? Se liga no texto ao lado.



Ficou interessado? Veja mais sobre as mudanças da Netflix lendo o QR Code acima!

O UI Design ou *User Interface Design* (Design de Interface do Usuário) é a interface que uma pessoa usa para interagir com vários tipos de dispositivos, aplicativos e softwares em geral, seja através de um ou vários botões, menus, tabelas ou qualquer elemento que forneça a disponibilidade de interação do usuário com dispositivo utilizado. Portanto o objetivo do UI Design consiste em mostrar como é o funcionamento do dispositivo e como é a interação do mesmo com o seu usuário, ou seja, no UI Design o principal é atender todas as necessidades do usuário de forma rápida e prática, e tudo de maneira amigável, pois constrangimentos e problemas não fazem parte de um bom projeto de UI Design.

Exemplos de empresas que praticam o UI Design não faltam. Citaremos aqui a famosa Netflix provedora de filmes e séries que bombou com seu serviço de *streaming*. Quem a utiliza sabe que é fácil para encontrar os filmes e séries de interesse, tem uma ótima navegabilidade e as *thumbnails* são organizadas de acordo com o seu gosto, facilitando a busca de conteúdo. “*Vez ou outra a Netflix faz alguns testes com usuários que têm a ‘participação de testes’ ativada*” afirma o site Tecmundo.





Texto e Diagramação: Vivian Liz Vechi Girardi

Design Emocional é a união do design com a emoção, e muitos afirmam que eles já andavam juntos há muito tempo. Mas essa união foi registrada como Design Emocional a pouco tempo, para mostrar que muitas vezes não apenas usamos os objetos como também temos algum sentimento por eles.

Cientistas cognitivos afirmam que as emoções são inseparáveis da cognição, assim podemos julgar o que é bom ou ruim. Elas afetam a maneira com que nos comportamos, pensamos e interagimos. Donald Norman, cientista cognitivo e crítico de design norte americano, estuda como as pessoas interagem com o design, explorando o campo entre o que o designer pretende e o que as pessoas realmente querem. Seu trabalho já resultou em alguns livros clássicos na área do design como “Design Emocional” e “O Design do dia-a-dia”. Para Norman “*de fato a emoção torna você inteligente*”.

Com base nos estudos da emoção somos resultados de três níveis de estruturas do cérebro: o nível visceral, nível comportamental e o nível reflexivo. Eles também são conhecidos como “os três níveis do design”, e é por meio deles que são identificadas as nossas reações ao objeto, sobre gostar ou não. Um objeto tem que nos transmitir algo bom, tem que ser algo que nos desperte um sentimento, uma lembrança, então só assim ele nos causará o sentimento de “*Uau! Eu preciso disso*”. Na maioria das vezes o que nos chama a atenção é a sua estética, e é com ela que nos conectamos primeiramente, é ela que nos faz sentir bem e feliz, fazendo o casamento perfeito entre objeto e consumidor.



Nos seus livros, Norman exalta a importância do design no dia-a-dia e usa o termo *user-centered design* para descrever o design baseado nas necessidades do utilizador.

Um exemplo é o Mundo Disney, um dos produtos mais surpreendentes em questão de Design Emocional. Tudo é planejado e feito com muito cuidado para que o cliente se sinta especial, se sinta criança novamente resgatando assim as suas memórias mais bonitas e divertidas.

Essas lembranças e sentimentos para o consumidor se tornam algo inestimável e, por conta disso, não são olhados os valores pagos. O prazer de se sentir bem, satisfeito e criar o sentimento de apego com algo é tão bom que a pessoa acaba esquecendo de todo o resto. Para um trabalho ser bem sucedido temos que conciliar esses três níveis, pois assim conseguirá alcançar a felicidade suprema do seu público alvo, tornando o seu trabalho inestimável.



OS TRÊS NÍVEIS DO DESIGN

- **Nível Visceral:** são julgamentos rápidos, como se fossem pré-programados que fazem o julgamento do que é bom ou ruim. Suas ações são ampliadas através dos outros níveis.

- **Nível Comportamental:** são os processos cerebrais que controlam a maior partes de nossas ações, que podem inibir o nível visceral, e ter suas ações aperfeiçoadas pelo nível reflexivo.

- **Nível Reflexivo:** refere-se a parte contemplativa do cérebro, a interpretação, compreensão e o raciocínio. É por esse nível que são processadas as ações de sentir saudade, apreciar, e até torcer por algo.



Ceramel

Depilação Natural

A Ceramel possui uma linha de produtos desenvolvidos para a depilação. Atuando desde 2002, nos tornamos referência no segmento produzindo a cera depilatória natural a base de mel que proporciona bem estar durante a depilação e reduz o desconforto.



Experimente nossos produtos e comprove!

Rua Medeiros, 379
São Pedro, Brusque
www.ceramel.com.br
ceramelindustria@gmail.com
(47)3355.2923

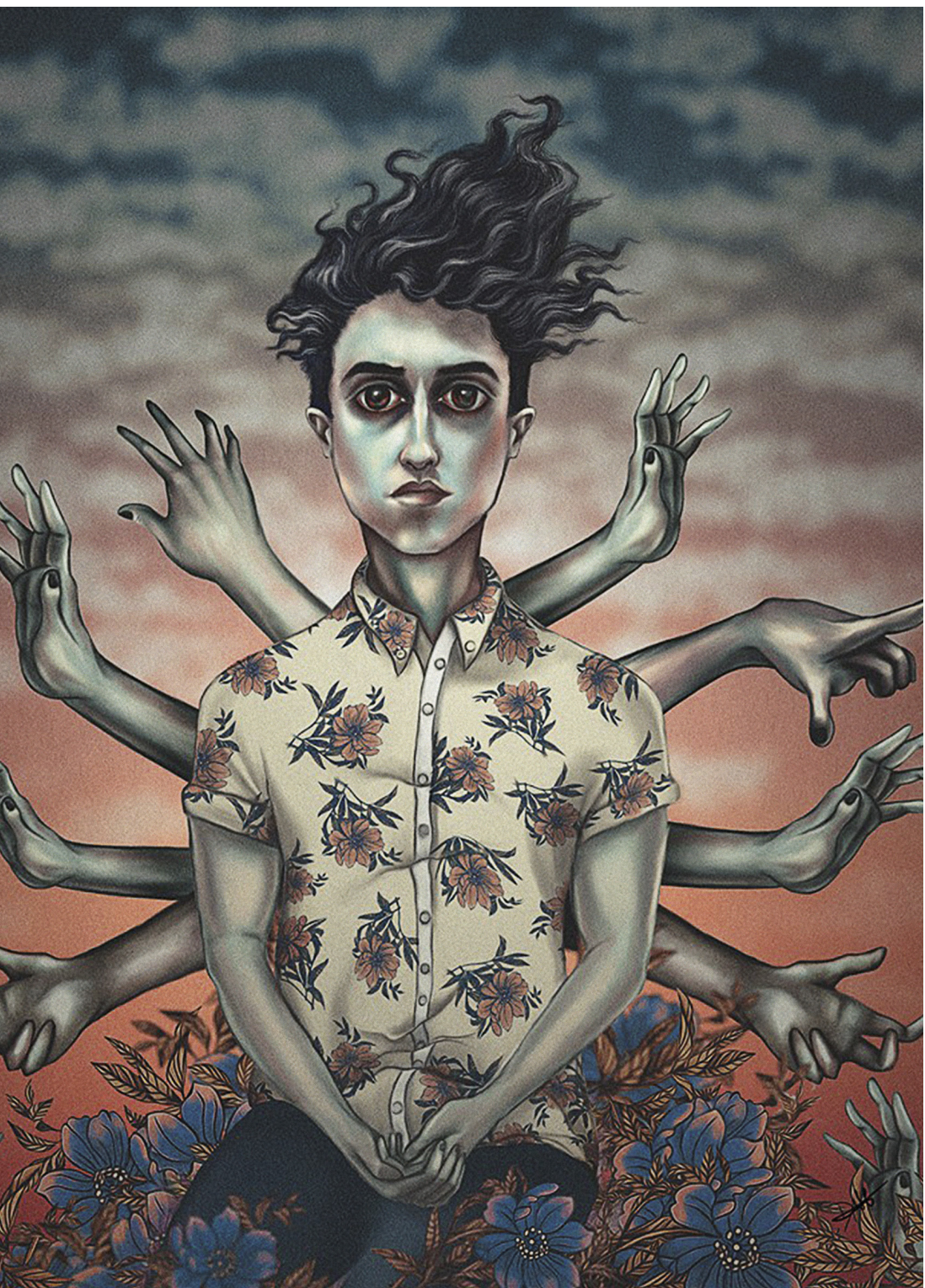


Ilustração feita pelo artista Deivid Hodecker

PRATA DA CASA *ilustradores*

Texto e Diagramação:

Barbara Cristina Imhof e Gabriela da Silva

Deivid Hodecker

Brusque

Trabalha na empresa RenauxView

Durante muito tempo foi dado mais importância para ilustradores internacionais, deixando de lado os talentos brasileiros e regionais. A fim de descobrir e valorizar os talentos da região fomos conversar com três artistas, para poder entender o que os influenciou a seguir seu coração e se "jogar" no mundo da arte.

Quando começou a desenhar? Você faz do desenho sua profissão?

DH: Nasceu comigo e sempre foi algo muito natural pra mim. Na escola sempre me pegavam desenhando até perceberem meu potencial e me incentivarem a levar a frente. Desde criança estudei desenho e pintura até chegar na faculdade. Na verdade eu tenho uma necessidade muito grande de estar criando o tempo todo, mesmo que ninguém veja o trabalho ou que não tenha nenhuma importância. Sou designer de superfície com formação em Design Gráfico, e no meu dia-a-dia trabalho com muitas linguagens diferentes como fotografia desenhos vetoriais e também com desenho manual. Utilizo muito meu conhecimento e técnica de ilustração para criar vários elementos que compoem uma estampa.

Você possui alguma inspiração? Um artista/música/local?

DH: Minhas referências estéticas vêm da arte, artistas renascentistas, modernistas e contemporâneos de uma maneira geral. A música eu considero algo indispensável quando desenho gosto muito de música brasileira é algo que me inspira bastante. Localmente tenho muita admiração pelo trabalho da ilustradora e artista Márcia Cardeal, acompanho o trabalho da artista Eli Heil e me esforço para acompanhar os eventos culturais que acontecem na cidade e fora dela. Isso é um combustível criativo muito poderoso.

Como você se vê profissionalmente daqui a 5 anos?

DH: Meu plano como artista/ilustrador é cada vez mais conseguir ter liberdade criativa de pode falar dos temas que eu julgo importantes sem ser censurado. Levar meu trabalho a um grande público e despertar a reflexão inteligente sobre a importância do combate aos preconceitos e hipocrisias. Mostrar como a diversidade é maravilhosa e deve ser incentivada para que esse mundo se torne cada dia mais colorido e livre. Busco fazer o que amo, acredito que só desta maneira nos sentimos completos profissionalmente. ➤

➤ ***Você sente que o desenho liberta você de alguma forma? Você pode expressar seus sentimentos através dele?***

DH: O meu desenho grita sim, minha arte é política, é meu posicionamento de ideal de sociedade. Não vejo motivo de fazer um trabalho que não questione, não sacuda. Estética sem conteúdo é um grande vazio. Minha arte/ilustração contempla diversidade, cobra a igualdade de gênero, repudia o racismo, xenofobia, LGBT fobia tem como inimigo o machismo que mata e reprime muitas pessoas todos os dias. Acredito que incomodo muitas pessoas que ainda não se deram conta que cada um deve ser livre e respeitado por aquilo que é por essência e me junto a um grupo de pessoas que não tem medo de buscar a liberdade. Desta forma posso dizer que meu desenho me liberta sim.



Tatuagem de Peonia feita por Foltz.

Gabriel Foltz
Balneário Camború
Trabalha no estúdio Tattoo Loyalty

Quando você começou a desenhar e quando começou a trabalhar com isso?

GF: Desenho desde bem novo, mas nunca tinha levado a sério, até entrar na faculdade de Design Gráfico e me interessar por ilustração. No meio do caminho comecei a trabalhar em um estúdio de tatuagem como atendente e depois de uns seis meses me interessei por tatuagem. Logo abandonei a faculdade para me dedicar somente a ela. Trabalho no meio desde o final de 2011 mas comecei a tatuar realmente no final do ano de 2012.

Você tem alguma inspiração, influência ou segue alguma técnica na hora de desenhar?

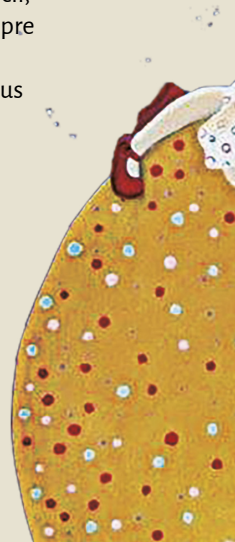
GF: Tenho diversas influências no meu trabalho, desde tatuadores até pintores. Procuro manter foco em buscar uma linha própria de trabalho sem me desprender das tradições da tatuagem. Quanto aos desenhos, primeiro faço uma pesquisa e separo material de referência, depois disso alguns esboços básicos e rápidos, tento escolher o que gostei mais e seguir dali. Pode variar entre 4, 5, uns 10 esboços até o desenho final.

Você é realizado no seu trabalho?

GF: Acredito que no meio em que trabalho estar realizado é uma pergunta bem difícil, consigo manter minha vida e busco sempre maneiras de melhorar meu trabalho e o tornar mais interessante para mim e meus clientes.

Como você se imagina daqui a 5 anos?

GF: Daqui a 5 anos espero continuar tatuando, fazer mais trabalhos na forma que gosto e viajar mais.



Márcia Cardeal
Brusque
Trabalha na UNIFEBE e na UNIVALI

Como você resolveu começar a ser ilustradora, principalmente no estilo infantil e manual?

MC: Foi um processo natural, acho. Sempre desenhei muito, lembro que participava de exposições de arte e ilustrava zines alternativos desde a adolescência. Aos 16 fui convidada para ilustrar o primeiro livro e não parei mais. A questão de ilustrar para a infância veio depois, como consequência, pelo próprio mercado: sempre houve muito mais demanda nessa área. Se você quisesse ‘sobreviver’ de ilustração, automaticamente teria que entrar no universo da criança. Sobre o desenho manual, quando comecei não havia outra opção. Hoje, mesmo com toda a sofisticação digital, ainda continuo preferindo o cheiro de tinta e a sensação tátil do papel, que programa nenhum substitui.

Você se sente realizada neste trabalho?

MC: Sim, meu trabalho sempre me trouxe muitas descobertas, abriu caminhos, sou um pouco o resultado do que fui fazendo ao longo do tempo.

Você possui alguma inspiração?

Um artista, uma música, um local?

MC: Inspiração para mim é pesquisa, trabalho, cinema, bons livros, exposições de arte, música, viajar. E é também o silêncio da natureza do lugar onde moro e uma dose de solidão.



Ilustração
de Márcia
Cardeal.

Você sente que esse trabalho liberta você de alguma forma? Você pode expressar seus sentimentos através dele?

MC: O desenho por si só é libertador. Ele passa a fazer parte da vida, torna-se uma necessidade quase orgânica ter sempre por perto um caderninho, um moleskine para os registros gráficos, mesmo que (e principalmente) não tenha a função imediata de ser uma ilustração.

Como você se vê profissionalmente daqui a 5 anos?

MC: Espero estar ainda neste planeta e produzindo!



Imagem: Ilustração Márcia Cardeal



Imagem: Pixabay

O COTIDIANO DE UM DESIGNER

Texto Letícia Bertuzzi

Diagramação Driely A. Zimmermann

O dia-a-dia de um profissional do design é cheio de desafios que vão além daquilo que aprendemos na faculdade.

Entrevistamos Jackson Joel Ullmann, um profissional que trabalha na empresa Plasvale, de Gaspar/SC, que compartilhou um pouco de sua visão sobre a profissão.

Há quanto tempo você trabalha na área? Como você iniciou no Design Gráfico?

Trabalho há mais de 13 anos na área. Sempre estive envolvido com algum tipo de criação de arte. Com 15 anos havia feito um curso de desenho têxtil, com 16 fiz um de Corel Draw, trabalhei em um jornal como auxiliar na montagem das páginas. Fazia cartões de visita em casa desde cedo. Comecei a faculdade de Publicidade e Propaganda e obtive minha primeira oportunidade profissional como designer gráfico na Prefeitura de Blumenau através do CEE. Depois de um ano fui para Plasvale, meu atual emprego. Acredito que foi natural, era o que eu tinha mais facilidade e familiaridade em fazer.

Qual a sua principal função dentro do seu setor?

Hoje sou responsável pela comunicação da empresa. Principalmente da marca da empresa, identidade corporativa, materiais de apoio a equipe de vendas e material de PDV. Faço a parte operacional e contribuo com a equipe de criação para que eles mantenham o foco nos objetivos mercadológicos e estratégicos da empresa, na adequação da linguagem com o público-alvo, na criação de campanhas promocionais e desenvolvimento de matérias promocionais. Com a minha experiência, acabo ajudando também a melhorar a qualidade dos desenvolvimentos gráficos da equipe em geral e me envolvo em diversos projetos como desenvolvimentos de produtos, novas tecnologias de decorações e análise comercial.

Quais os problemas mais comuns enfrentados na sua função?

Acho que o principal problema de um designer gráfico iniciante é saber lidar com os inúmeros “palpiteiros”. Como não temos experiência suficiente deixamos “brechas” para que praticamente todos queiram alterar ou mudar o layout, o que gerará inúmeros retrabalhos. Depois que se pega uma certa experiência, você começa a criar peças com mensagens adequadas e de extrema sensibilidade estética, que só se adquire com o tempo. Quando passa o tempo você lida com seu próprio limite, pois se você for do tipo que quer se aperfeiçoar sempre, chegará um momento que você sobrar na empresa, ou seja, terá mais conhecimento técnico do que a empresa necessita, e nesse momento você começa a dar valor para a teoria aprendida na faculdade. Quando você domina o operacional, percebe que para crescer você deve se aprofundar em outras áreas do conhecimento. Um mundo de oportunidades no planejamento estratégico.

Outro problema é a comunicação. Entender o que realmente estão querendo dizer com as críticas, entender o *briefing*, ou melhor, entender que às vezes quem faz o *briefing* não necessariamente sabe o que quer, ou se é realmente aquilo que deve ser feito. Com o tempo aprendemos que mais importante do que o que fazer é entender porque está sendo feito. Ler nas “entrelinhas”. Prever problemas e extrair da pessoa que passa o *briefing* as informações que realmente te ajudarão a fazer seu trabalho da melhor forma. Outro problema é a politicagem dentro da empresa. Muito dos trabalhos desenvolvidos são voltados a agradar o chefe, fazer bonito aos olhos, sem necessariamente estar voltado ao resultado da empresa. Por exemplo, muitas vezes você terá que colocar um texto que o diretor escreveu, mesmo sabendo que poderia ser melhor, mas...

Como é lidar com todos esses problemas e como resolver?

A primeira coisa é saber que você não é perfeito. Que você errará e vai errar feio. Aceitar isso é o primeiro passo. O segundo é aceitar que, por mais perfeito que você queira ser no seu trabalho, ele não vai agradar a todos. Você tem que desenvolver sua inteligência emocional a todo custo. Estar aberto a sugestões, ouvir com atenção, sempre buscando entender as “entrelinhas”, o que realmente eles estão querendo dizer, ou qual o real objetivo do trabalho. Desenvolver teu sentido de urgência e estar sempre disposto a melhorar, como pessoa, o que te ajudará com o trabalho com seus pares e seu chefe, e como profissional, o que irá te ajudar a fazer o trabalho da melhor forma, no menor tempo. Não ter medo de pedir ou dar *feedback*. Não esperar seu líder te dizer o que fazer, você tem que ser seu próprio líder, ser proativo, não deixar que outras pessoas controlem suas emoções, suas ações e suas atitudes. E importante, seus valores são a coisa mais valiosa que você levará para dentro da empresa, nunca os deixe para trás.

Imagem: Divulgação



Qual é seu objetivo como designer dentro da empresa?

Maximizar a qualidade estética e estratégica da comunicação da Plasvale ao nível da excelência. Aprimorar todo o material gráfico e digital ao ponto que a Plasvale se torne referência nesse assunto.

Para você o que é ser um designer?

Ser um designer gráfico é ser um artista que busca nos limites da estratégia corporativa uma forma de mostrar seu talento e através da sua criatividade se diferenciar dos concorrentes produzindo com seu trabalho diferenciais competitivos.

Qual era sua visão antes de trabalhar como designer e como é agora?

Eu achava que era feito desenho a mão, como desenhistas fazem. Confundia o designer gráfico com os ilustradores. Então, achava que nunca seria bom, pois não tenho muito talento para o desenho a mão. Também achava que nunca conseguiria fazer um trabalho profissional como as agências fazem. Hoje eu vejo que ninguém faz nada sozinho. Quanto mais eu ouvia o que as pessoas me falavam, entendia o que elas queriam dizer, mais meu trabalho melhorava. Hoje eu entendo que ninguém tem facilidade para ser designer, basta gostar e estar aberto para ouvir, para novas ideias, para mudanças, para errar, para não ter medo de tentar, para experimentar e aceitar críticas, saber ouvi-las farão evoluir muito mais rápido.

Como designer, como você se vê daqui a 5 anos?

Gostaria de ter uma equipe de designers para que eu pudesse avançar mais rapidamente nos objetivos de comunicação que tenho aqui na Plasvale. São muitos desafios, são muitas possibilidades estratégicas. Gostaria de estudar mais e cada vez mais dominar o marketing e tornar as ações de comunicação mais efetivas e eficazes.

Qual o seu desejo dentro do seu mercado?

Ser referência na minha profissão. Poder dar aulas e criar workshops mostrando as conquistas no mercado em que atuo.

Que conselho você daria para os que estão iniciando a carreira como designers?

Cogite fazer terapia. Desenvolva a inteligência emocional. Faça todos os cursos que puder, procure os melhores. Trabalhe com profissionais experientes pelo menos 1 ano no início da sua carreira, eles farão toda a diferença para alavancar sua capacidade de criação. E por fim... leias as entrelinhas.



Imagens: Divulgação

Cooperativismo Econômico

Texto José Henrique Fischer

Diagramação Lucas Schaefer e Ezequiel Luis Nicolodi



Uma nova alternativa para a economia brasileira. Assim é o cooperativismo, um modelo socioeconômico fundamentado na participação democrática, na independência, na solidariedade e na autonomia dos que se unem de forma voluntária em prol de um objetivo econômico e social comum.

Sendo assim, no mundo cooperativista, a meta é atender às necessidades do grupo e garantir o bem-estar de cada integrante. As pessoas que se reúnem em cooperativas creem em um modelo econômico diferenciado, no qual as decisões são coletivas e os resultados distribuídos com equidade, conforme a participação de cada indivíduo.

Honestidade, responsabilidade social, transparência e preocupação com o meio ambiente são valores essenciais das cooperativas. A regra de ouro é buscar resultados economicamente viáveis, ecologicamente corretos e socialmente justos.

Nos últimos anos, o cooperativismo tem firmado sua participação e posição de destaque na economia do Brasil e na construção de uma sociedade mais justa com indicadores representativos.

E o que o cooperativismo pode ter a ver com arte?

Grande parte dos artistas exercem seus ofícios de maneira autônoma, seja qual for a atividade: artesanato, artes visuais, gastronomia, moda, entre outros. O cooperativismo e a economia colaborativa oferecem a esses pequenos produtores uma janela de oportunidade para comercializarem seus produtos, fomentando assim a economia local.

Existem movimentos específicos voltados para fortalecer essa cena atualmente em nossa região. Eventos como feiras multiculturais ou segmentadas por áreas específicas estão contribuindo para fomentar a produção local desses artistas independentes. Na cidade de Brusque-SC, a Feirinha Coletiva, organizada pelo Quintal Coletivo, reúne bimestralmente artistas e produtores locais para praticar a economia colaborativa em um ambiente descontraído, com música, oficinas e atividades abertas para toda a comunidade.

Como surgiu essa ideia e quem está por trás desse evento em prol do movimento #compredepequeno #compredequemfaz? Para saber mais sobre assunto, conversamos com os membros fundadores do Quintal e organizadoras da Feirinha Coletiva, Bruna Maiara Schwartz e Giovana Buch.

Em que momento surgiu a ideia da feirinha?

Quintal: A ideia da Feirinha Coletiva surgiu por conta de um sentimento de insatisfação com a cena cultural na cidade de Brusque. A Giovana é designer gráfica, interessante dizer, pois é aluna egressa do curso de Design Gráfico da UNIFEBE, e fez parte da primeira turma do curso, que foi a turma idealizadora da revista Chimia (curiosidades). A Bruna é designer e produtora de moda, com rica vivência em feiras e festivais pelo estado. Sentíamos falta de um espaço ou evento em Brusque que preenchesse uma lacuna cultural latente de diversão aliada à informação. Não queríamos simplesmente ir a cidades vizinhas para viver esse momento, gostaríamos muito de ter isso aqui na cidade onde residimos, e convidar a comunidade brusquense para vir e curtir conosco, e ainda fomentar a economia local e fortalecer os produtores autorais e autônomos da cidade e região. Juntas, somamos nossas insatisfações e experiências e decidimos criar um evento que atendesse as nossas expectativas de lazer e cultura. Assim surgiu a Feirinha Coletiva.

feirinha
coletiva

MÚSICA · GASTRONOMIA · OFICINAS · ARTE
e muito mais!

Layout utilizado para divulgação do evento.



Quando vocês criaram o evento quais eram seus principais objetivos? Ainda prevalecem?

Quintal: Nosso objetivo ao criar a Feirinha Coletiva foi e se mantém um só: movimentar a cena cultural na cidade de Brusque, dando espaço e voz para produtores e artistas autorais e autônomos em um ambiente descontraído e informal.

Há outros eventos com o mesmo conceito em outras cidades, vocês buscam inspiração em algum que rola por aí?

Quintal: Estamos sempre atentas ao que acontece na região, e existem muitos eventos interessantes nos quais encontramos boas referências baseadas em macro tendências que, invariavelmente, todos desse setor seguem. Por isso fica difícil falar em inspiração ou em algum evento que nos inspira, pois todos trazem os mesmos conceitos de marketing de eventos e publicidade, mas sim, quando rola uma inovação ou surge uma idéia inédita ficamos felizes vendo a cena crescer e se reciclar!

A respeito do público, vocês buscam um específico ou a galera é bem diversificada?

Quintal: Nosso público alvo é a galera diversificada! Somos todos nós que buscamos uma nova opção de lazer e entretenimento cultural em Brusque. A mãe, a tia, o estudante adolescente, o universitário, o cachorro, passarinho, papagaio, crianças, enfim, nosso público é a comunidade brusquense.

Planejam ampliar a feirinha?

Quintal: O nosso conceito de ampliação se dá no sentido da amplitude de divulgação da Feirinha Coletiva. Nosso intuito é continuar a espalhar cada vez mais essa semente para que mais pessoas possam se beneficiar participando e visitando o evento.

Como vocês classificam e cena artística atualmente na cidade de Brusque, ela está passando por um bom momento?

Quintal: Brusque é uma cidade cheia de



Fotos tiradas em realizações do evento em Brusque.

talentos artísticos, temos uma riqueza imensurável no que diz respeito à cena de arte na cidade, e ela é muito forte sim. Temos artistas na literatura, teatro, artes visuais e plásticas, música e cinema. A arte por excelência é a matéria da expressão, ela sempre encontra um meio de se expressar, de provocar, de instigar, de fazer pensar. E a cena artística em Brusque está acontecendo, talvez discreta, mas sim, está acontecendo e é muito bonito ver esse movimento acontecer

Achamos muito bacana a iniciativa de vocês com as oficinas de arte, poderiam falar um pouco sobre elas?

Quintal: Obrigada! Antes de tudo é preciso dizer que as oficinas não são apenas voltadas para a arte, buscamos sempre trazer assuntos e práticas diversificadas com o objetivo de apresentar ao nosso público um novo olhar e conhecimento. Desde prática de ioga, até oficina de técnicas vocais; passando pelas oficinas de escrita criativa e saraus com leitura dos textos do próprio público entre outras. O nosso intuito com as oficinas é diversificar e difundir esses diferentes saberes de maneira acessível e divertida.



Imagens: Douglas Kriscinski



VEICULAÇÃO DE OUTDOORS EM BRUSQUE E REGIÃO

Para finalizar, qual o recado que vocês poderiam dar para as pessoas que leram esta entrevista, porém nunca participaram deste evento? E para as pessoas que já cooperaram de alguma forma?

Quintal: Nós do Quintal organizamos a Feirinha Coletiva com muito carinho e dedicação e o sentimento é mútuo, pois do início ao fim de cada edição recebemos o carinho dos feirantes, dos nossos colaboradores e mais importante, do nosso público! Para as pessoas que nunca participaram do evento, fica o convite para que venham participar da Feirinha Coletiva, sentir a energia e compartilhar vivências e experiências com a gente. Para aqueles que já participam, continuem participando e contribuindo com suas opiniões, para evoluirmos e estarmos sempre trazendo algo novo e interessante, florindo cada vez mais a cena cultural de Brusque!



Organizadoras do evento: Bruna Maiara Schwartz e Giovana Buch.

IMPRESSÃO DIGITAL
EM PAPEL
OUTDOOR
E LONAS

Fotografando Cosplay

Um mundo colorido, criativo e fonte de inspiração para fotógrafos iniciantes. Eventos de animes são uma ótima opção, procurado por aqueles que gostam de fantasia. Conheça um pouco sobre a fotografia de Cosplay e veja o antes e depois da edição. Aprenda dicas para iniciar bem nesse ramo, editar e se divertir!

Texto Cintia Aline Siqueira

Diagramação Cláudia Larissa Schmitt e Cintia Siqueira

Um evento de *cosplay* é um lugar onde pessoas com gostos em comum como jogos, animes e cultura japonesa se reúnem em um espaço, geralmente em escolas e faculdades, para comprar e compartilhar os mesmos hobbies.

Este tipo de evento leva muitos fotógrafos amadores a treinarem o olhar e explorar novos cliques. Eu, Cintia Siqueira, estudante da 4ª Fase de Design Gráfico participo há algum tempo de eventos e consegui ver neles a oportunidade de por em prática o que foi ensinado em sala de aula sobre fotografia e edição.

Nesses lugares as pessoas adoram que tirem fotos e divulguem seus trabalhos porém, é claro, deve-se sempre pedir permissão para fotografar.

No nosso caso encontramos diversos personagens com figurinos maravilhosos, e usamos uma câmera Nikon D3200 e uma Canon T6S, com ajuda do Tripé Slik Pro-340 DX conseguimos aproveitar o dia para fazer algumas fotos.



Foto: Cláudia Larissa Schmitt

5 dicas para seu primeiro evento!



1º Para uma foto nítida

Se não tiver pulso firme, use tripé, pois será um grande aliado nas fotografias nítidas. Quando se usa o tripé sempre desative o botão que tem na lente de “tremar”, pois esse botão é para quando você está com a câmera nas mãos e não deve ser utilizado quando se usa o tripé ou vai tremer tudo!



2º Ângulos incomuns

Ache ângulos incomuns, estamos cansados de fotos onde a pessoa está exatamente no meio! Explore outros ângulos e se você pedir ao *cosplayer* para fazer alguma pose do personagem ele vai fazer.

3º Permissão sempre!

Peça permissão e não incomode, nada de dar uma de *paparazzi* e tirar fotos até da pessoa comendo! Se ela não deixou, não insista você pode arrumar problemas.



4º Não esqueça de bateria extra!

Leve bateria extra, pois é bem chato no meio do evento a bateria acabar bem na hora que chega um *cosplayer* todo produzido. Em dias mas frios as baterias tendem a acabar muito mas rápido.



5º Nada de vergonha, se divirta!

Talvez não seja tão importante, mas... não sinta vergonha de seus equipamentos! Vai ter muito fotógrafo com câmera e todo um equipamento gigantesco nesses eventos, mas lembre de que você está fazendo para aprender e se divertir.



Alguns cosplayers fotografados no evento.

Vale lembrar



Antes / Depois

A parte que eu, Cintia, mais gosto é a edição. Porém nem sempre o que está na tela da câmera é o que vai aparecer na tela do seu computador... triste realidade. Mas para resolver isso temos os queridinhos de todo designer e fotógrafo, os programas de edição *Photoshop* e *Lightroom*. Usamos o *Photoshop* para tirar manchinhas e fazer as montagens e o *Lightroom* para melhorar a iluminação das fotos, cores e imperfeições que a lente pode produzir.

Nessa hora vale lembrar algumas coisas importantes!

- *Conheça o personagem*: assim você vai poder editar e fazer alguma montagem de fundo que tenha mais a ver com o personagem, talvez mais chamativo ou mais dramático.

- *Não tire nada da pessoa que não tenha permissão dela*: não é legal você ver por aí uma imagem sua que não se parece com você e, ainda pior, nem foi autorizada.

- *Não tenha medo de experimentar*: às vezes estamos editando muitas fotos e, quando vemos, todas ficam a mesma cara. O legal de você ser um designer e querer fotografar é que você manja muito bem de edições, não é?

Se quiser ver mais fotos do evento acesse o blog do curso de Design Gráfico da Unifebe no link: <http://design.unifebe.edu.br/>





FOTOGRAFIA: *um estilo de vida*

Texto Ynaiê Fagundes

Diagramação Camila Barcelos

“O meu trabalho é registrar o melhor momento da vida das pessoas e, nos casamentos, a felicidade está em todas as partes. Sinto gratidão por viver tudo isso. Ser fotógrafo é algo que aprendi a fazer e a fotografia me ensina todos os dias.”



Com trinta anos de experiência profissional, o fotógrafo Ricardo Ranguetti treinou a técnica e o olhar. Agora administra bem a luz natural e quase descarta o uso de luz artificial em seus ensaios. Desta forma consegue captar a luz em sua essência e a utiliza para fazer seus registros fotográficos.

Depois de centenas de casamentos e algumas experiências internacionais, Ricardo ainda se permite emocionar com a história, com o carisma e com os sonhos de cada casal que cruza o seu caminho. E quando o sentimento é de puro amor, nada melhor do que ter um profissional apaixonado pelo seu trabalho.



Como foi o seu início na fotografia?

Eu comecei aos 13 anos em um estúdio da minha família, trabalhei com meus tios no início e por 18 anos trabalhei nesse estúdio.

Qual a sua visão do mercado fotográfico?

Hoje o mercado está muito mais aberto para novos fotógrafos. A era digital com a pós-produção possibilitou que surgissem muitos fotógrafos e assim o mercado se tornou mais competitivo e profissional.

Como você utiliza o marketing no seu negócio?

Hoje meu marketing é apenas na internet, não participo mais de feiras e eventos para fotógrafos. Como atendo 80% de clientes em outras cidades o marketing digital é o suficiente.

Como os clientes chegam até você?

Através de e-mail, Facebook e WhatsApp.



Quais as ferramentas de venda que um fotógrafo deve usar?

Primeiro você deve escolher seu público e o local onde quer atuar e só depois ver o que tem disponível para atingir esse local. No meu caso uso sites de divulgação automática no Instagram apenas, os demais já têm essa ferramenta disponível.

Onde você divulga o seu trabalho?

Através do Google, Facebook, Instagram e Pinterest.

Na sua comunicação o que deu certo e o que você não faria?

Anunciar no Google é muito bom, a visibilidade é muito grande. Não anunciaria mais em revistas e agendas para noivas, na minha visão é uma mídia ultrapassada para o fotógrafo atual.

O que é e o que não é mais um diferencial para um fotógrafo?

Com certeza o diferencial é um bom atendimento, respostas rápidas e soluções mais rápidas ainda para os clientes.

Quais as maiores dificuldades para um fotógrafo em início de carreira?

Ter a confiança e a experiência para saber que está fazendo a coisa certa.

Qual o perfil necessário para ser um fotógrafo? O perfil muda conforme a área?

Sim, o perfil muda conforme sua área de atuação. Na fotografia de casamento, que é a área onde atualmente eu trabalho, apresentar um perfil de que você tem uma boa família e sabe viver o momento daquele casal que está começando é o principal.

Qual a importância em fazer um bom curso de fotografia?

O melhor curso que você pode fazer é a experiência que você vai adquirir com o tempo, os cursos servem apenas para aperfeiçoar a sua experiência.

Com sua experiência, que conselho daria para quem pensa em iniciar nesta carreira?

Fazer um bom curso de pós-produção em fotografia. Saber fotografar é importante, mas saber o que vai fazer com ela é também muito importante. Manter-se sempre bem atualizado sabendo escolher os fotógrafos que você vai seguir e ter as referências para impor nas suas fotografias. Saber se posicionar frente a outros profissionais com atitude e respeito para que você seja bem visto mesmo pelos seus concorrentes.





3D MO

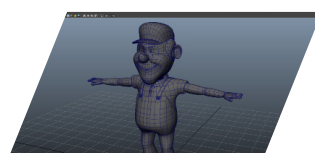
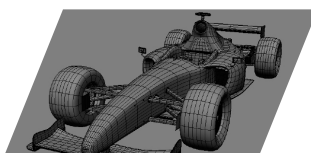
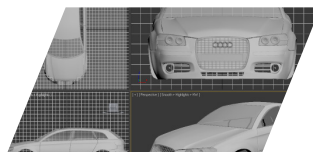
DELER

Texto Bruno Ramalho
Diagramação Geziel Claudino

Ao contemplarmos algumas obras cinematográficas pensamos, muitas vezes, em como pode ser possível tal criação não ser real.

O desenho 3D consegue promover em nossos olhos uma certa ilusão de que há profundidade, formando assim uma ilusão de tridimensionalidade.

Para criar esta ilusão pode-se utilizar várias técnicas, como luz e sombra colocados de maneira correta e ponto de fuga para criar perspectiva.



MODELAGEM EM 3D

A modelagem 3D se baseia em, normalmente, utilizar um software de computador que trabalhe com isto para reproduzir digitalmente formas em três dimensões.

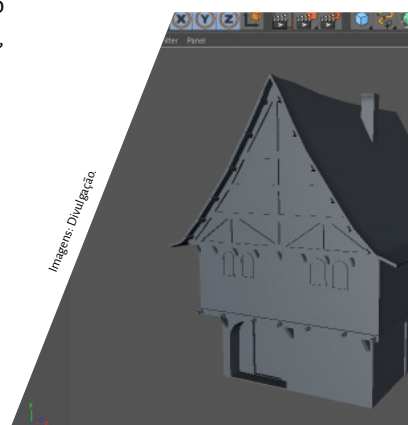
Através de um software de modelagem 3D é possível criar uma infinidade de coisas, como personagens, cenários e objetos.

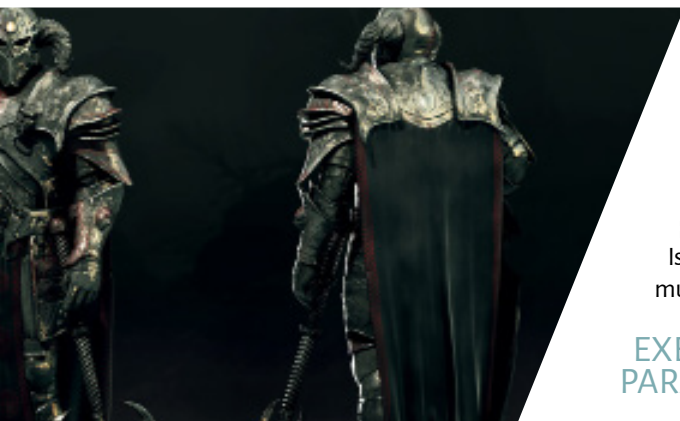
O domínio destes programas não é tão simples e exige muito estudo. Os objetos modelados podem ser rotacionados para todos os lados possíveis, podendo ser visualizado cada parte do mesmo. O objeto final é chamado de modelo 3D.

RENDERIZAÇÃO

Depois de finalizado o modelo 3D passa-se para uma etapa chamada de renderização (ou *render*, em inglês). Nesta etapa o que foi criado é renderizado junto com os efeitos de iluminação, texturas, materiais etc.

O tempo varia dependendo da quantidade de objetos modelados, da iluminação e materiais utilizados, do renderizador e muitos outros fatores que podem interferir. É comum que a renderização demore bastante tempo, pois necessita utilizar muitos recursos do computador.





PROGRAMAS DE MODELAGEM 3D

Há diversos programas destinados a modelagem 3D, contudo deve-se escolher aquele que supra suas necessidades.

Existem softwares pagos e gratuitos, sendo que somente o fato de ser pago não define sua qualidade. Encontra-se, por exemplo, softwares gratuitos que equiparam-se aos softwares não gratuitos.

Contudo, quem sai de um software pago e vai para um gratuito pode ter dificuldades, pois o jeito de se trabalhar não é idêntico. Isso é comum e pode acontecer até mesmo ao mudar a versão do mesmo.

EXEMPLOS DE SOFTWARES PARA MODELAGEM 3D

Studio 3D Max

Blender (gratuito)

Cinema 4D

SketchUp

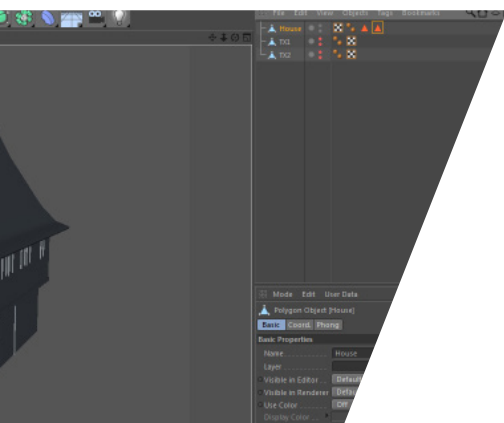
Maya

Z-Brush

K-3D (gratuito)

Softimage

SolidWorks (recomendado para desenho técnico mecânico)



شیرین

